

ABSTRAK

PT. Gracia Kreasi Rotan merupakan salah satu perusahaan yang mengembangkan usaha di bidang furniture dengan bahan baku utama rotan dan kayu yang berada di Kabupaten Cirebon. Adanya tingkat persaingan yang tinggi karena semakin banyak usaha serupa yang bermunculan maka PT. Gracia Kreasi Rotan dituntut untuk merancang sebuah strategi yang memberikan nilai lebih kepada konsumen dengan biaya yang minimal. Hal semacam ini dilakukan agar konsumen tidak mudah beralih kepada pesaing. Maka dari itu penelitian ini perlu dilakukan guna mengetahui strategi apa yang tepat untuk diterapkan di PT. Gracia Kreasi Rotan . Dalam penelitian ini, perancangan strategi pemasaran digunakan sebagai metode untuk merancang sebuah strategi yang berfokus menciptakan ruang pasar baru melalui proses inovasi nilai. Dimana proses inovasi nilainya dilakukan dengan alat analisis kanvas strategi dan kerangka kerja empat langkah. Kanvas strategi digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap pesaing didalam ruang pasar. Sedangkan kerangka kerja empat langkah berfungsi untuk merekonstruksi elemen – elemen nilai pembeli dalam membuat kurva nilai baru. Dari hasil pembahasan yang telah dilakukan maka strategi yang perlu diterapkan PT. Gracia Kreasi Rotan adalah memberikan produk yang berkualitas dengan material-material atau bahan dengan kualitas terbaik dan juga dengan menggunakan mesin yang lebih efisien dalam produksi, Strategi Make to Order dan Trade In. Selain itu juga perlu mengurangi atribut nilai pembeli yang ternyata selama ini menjadi ajang persaingan yaitu Harga sedangkan atribut yang perlu ditingkatkan adalah Variasi Produk, Kualitas Produk dan Garansi Produk.

Kata kunci: *Perancangan Strategi Pemasaran, Inovasi Nilai, Kanvas Strategi, Kerangka Kerja Empat Langkah*